

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan dunia usaha semakin pesat sehingga sudah tentu menimbulkan persaingan yang semakin meningkat. Akibatnya keadaan yang demikian itu maka setiap perusahaan dituntut untuk melakukan suatu cara ataupun strategi agar perusahaan harus dapat memenuhi keinginan konsumen. Karena konsumen pada masa ini dalam memilih suatu produk sudah sangat selektif. Hal ini bisa terjadi akibat banyaknya produk yang ada di pasaran. Dengan kondisi semacam ini, maka perusahaan diharapkan mampu mengembangkan produk dalam mengikuti keinginan konsumen. Seperti misalnya, di bidang usaha industri mebel yang berdiri, maka persaingan di dalam menjalankan usahanya tidak dapat dihindari dalam memasarkan produknya. Salah satunya adalah dengan cara diversifikasi produk. Jadi perusahaan harus siap untuk melakukan suatu perubahan pada produknya seperti mutu produk, bentuk produk, warna produk dan ukuran produk.

Untuk meningkatkan hasil penjualan maka perusahaan mebel diharapkan dapat melakukan diversifikasi produk. Salah satunya dengan cara perubahan bentuk sesuai dengan selera konsumen. Misalnya produk-produk yang sudah ada diganti bentuknya, ataupun warnanya. Sehingga dengan adanya perubahan dapat mempercantik bentuk produk dan membuat konsumen merasa tertarik untuk memiliki ataupun mendapatkan produk itu.

Akan tetapi dalam diversifikasi produk terutama bentuknya harus tetap mempertimbangkan pada mutu produk yang dihasilkan. Dengan demikian apabila perusahaan melakukan perubahan bentuk produk diharapkan konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian. Dengan kata lain hal tersebut dapat meningkatkan penjualan.

Untuk melakukan diversifikasi produk, biaya yang dikeluarkan tidaklah rendah dan juga tidak terlalu tinggi. Artinya biaya diversifikasi produk itu sesuai dengan keadaan pasar. Karena biaya diversifikasi produk yang dikeluarkan oleh perusahaan nantinya akan berpengaruh pada harga penjualannya. Jika biaya diversifikasi produk terlalu tinggi dan tidak diikuti oleh hasil penjualannya maka ini akan menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Tetapi pada kenyataannya, banyak dijumpai perusahaan-perusahaan yang sudah melakukan kegiatan diversifikasi produk dalam meningkatkan hasil penjualannya, tetapi hasil penjualan yang dicapai perusahaan kurang memuaskan. Oleh karena itu CV. PERTAMA TUJUH akan tetap berusaha melakukan dan meningkatkan diversifikasi produk secara tetap.

Berangkat dari uraian di atas maka kami tertarik untuk mengadakan penelitian tentang diversifikasi produk dalam kaitannya dengan hasil penjualan dan dalam skripsi ini penulis mengambil judul “ANALISA PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA CV. PERTAMA TUJUH DI WONOGIRI”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini dimaksudkan agar dalam pembatasan masalah yang dilakukan tidak menyimpang dari masalah yang diteliti. Sehingga mudah dipahami dan dimengerti maksud dari penelitian. Dalam hal ini penelitian membatasi masalah-masalah :

1. Diversifikasi, yang menitikberatkan pada biaya bentuk produk yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan diversifikasi produk dalam jangka lima tahun terakhir.
2. Diversifikasi, yang menitikberatkan pada biaya warna produk yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan diversifikasi produk dalam jangka lima tahun terakhir.
3. Hasil penjualan, yang dimaksudkan disini adalah jumlah produk atau barang yang terjual dalam jangka waktu lima tahun terakhir.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, masalah yang timbul dan yang dikaitkan serta menjadi pokok masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh diversifikasi bentuk produk terhadap hasil penjualan pada CV. PERTAMA TUJUH di Wonogiri ?
2. Apakah ada pengaruh diversifikasi warna produk terhadap hasil penjualan pada CV. PERTAMA TUJUH di Wonogiri?

3. Manakah di antara dua diversifikasi itu yang paling dominan mempengaruhi hasil penjualan pada CV. PERTAMA TUJUH di Wonogiri?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana diversifikasi produk khususnya pada penambahan variasi bentuk, dari produk yang lama ke produk yang baru terhadap hasil penjualan CV. PERTAMA TUJUH di Wonogiri?
2. Untuk mengetahui bagaimana diversifikasi produk khususnya pada penambahan variasi warna, dari produk yang lama ke produk yang baru terhadap hasil penjualan CV. PERTAMA TUJUH di Wonogiri?
3. Untuk mengetahui manakah di antara diversifikasi produk pada penambahan variasi bentuk dan warna dari produk yang lama ke produk yang baru yang paling berpengaruh terhadap hasil penjualan CV. PERTAMA TUJUH di Wonogiri?

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitiannya adalah sebagai berikut :

Hasil penelitian ini dapat sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran terhadap perusahaan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan hasil penjualan sehingga diharapkan dapat mencapai hasil yang maksimal.

F. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai pengertian pemasaran, falsafah pemasaran, fungsi pemasaran, pengertian tentang diversifikasi, konsep hasil penjualan, penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan, kondisi pasar, serta penelitian yang terdahulu dan kajian pustaka.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang kerangka pemikiran hipotesa, data dan sumber data serta metode analisa data.

BAB IV PELAKSANAAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, data-data yang diperoleh, analisa data dan pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan ada manfaat bagi pihak perusahaan maupun pembaca.